

## Diplomado en Cultura y Comercialización del vino

### PRESENTACIÓN

---

El papel del vino a lo largo de la historia ha evolucionado, desde ser una fuente nutritiva y estimulante hasta convertirse en un complemento cultural y parte importante en el arte culinario. Todo ello implica una historia enriquecida a la par de la cultura y relacionada con el crecimiento gradual y sustantivo de la industria vitivinícola la cual requiere satisfacer nuevos nichos de mercado cada vez más exigentes con innovaciones que atiendan a las necesidades de los productores, distribuidores y consumidores del mundo.

Particularmente en México, la industria enológica ha adquirido en los últimos años un constante crecimiento, que busca no sólo posicionar en el mercado las nuevas creaciones y tenencias en lo que a vinificación se refiere o incrementar el enfoque en la degustación y consumo; sino el orientar al cliente a elegir la mejor opción de acuerdo a sus gustos y requerimientos. La finalidad es precisamente atender a los consumidores finales que lo beben y degustan en restaurantes, hoteles, clubes y centros de servicio entre otros.

Lo anterior, requiere de profesionales capacitados y con un nivel cultural y de conocimientos sobre el tema; sin embargo también se necesitan personas capaces de lograr un enfoque global y visualizar a la industria vitivinícola desde el punto de vista de negocio donde intervienen temas de marketing, promoción, posicionamiento y comercialización. La intención es conocer los procesos que se llevan a cabo desde los viñedos, hasta su destino en centros de consumo, tiendas de autoservicio, o tiendas especializadas; así como el punto de vista y nivel de satisfacción del consumidor.



El presente diplomado se enfoca en ofrecer a los participantes la posibilidad de adentrarse en el tema del vino, revisando la cultura que lo envuelve, hasta su forma de comercializarlo y ofrecerlo según el mercado al cuál se desee enfocar. Es un diplomado integral que brinda una visión de negocio así como una perspectiva empresarial con el fin de lograr que el participante adquiera los conocimientos y habilidades para desenvolverse adecuadamente y crecer en este sector en el que son muchos los nichos de mercado a los que puede acceder.

La metodología de trabajo será teórico-práctica, al finalizar las sesiones se llevará a cabo una práctica en donde Club del gourmet, Monte Xanic, Cuna de tierra y Vinicultura ofrecerán maridar según el tema abordado en la sesión, diversos vinos exclusivos y de gran calidad, así como el acercamiento de diferentes bodegas nacionales e internacionales de gran prestigio. Para los temas de comercialización y marketing se resolverán casos que impliquen la toma de decisiones que serán los principales ejes de trabajo ante diversos escenarios que se le pueden presentar. Al egresar del diplomado el participante será capaz de simplificar el mundo enológico para que cualquier persona entienda del mismo y así despertar una pasión e interés por el vino desde su degustación, hasta su promoción y comercialización.

## DIRIGIDO A

---

- Estudiantes de carreras de gastronomía, turismo y hotelería
- Gerencia y dirección de las industria restaurantera y hotelera
- Personas físicas como empresarios amantes de la cultura del vino.
- Empresas con un enfoque a centros de consumo.
- Interesados en conocer la cultura y comercialización del vino. (No se requiere nivel de licenciatura)

## PROPÓSITO

---

Analizar la cultura del vino desde la cata, hasta la forma en que se comercializa, ubicando regiones y orientando al cliente en la mejor elección de consumo.

## BENEFICIOS

---

- Utilizar las herramientas básicas para identificar, clasificar y diferenciar los vinos según la región, clasificación, uvas, estilos y calidades.
- Utilizar la terminología correcta y apropiada para una mejor comunicación del mundo del vino.
- Acrecentar el estímulo sensorial en la cata del vino.
- Identificar las áreas de oportunidad en desarrollo y comercialización del vino.

## MODULOS

---

### 1 Vitivinicultura (20 hrs.)

**Objetivo:** El participante *identificará* los elementos que integran la cultura del vino, que van desde su historia hasta su clasificación enológica.

- 1.1 Vitivinicultura
  - 1.1.1 Historia
  - 1.1.2 Morfología
  - 1.1.3 Poda y conducción
  - 1.1.4 Maduración
  - 1.1.5 Vendimia
- 1.2 Enología
  - 1.2.1 Clasificación
  - 1.2.2 Vinificación en blanco
  - 1.2.3 Vinificación en tinto
  - 1.2.4 Vinificación de espumosos
  - 1.2.5 Vinificación de otros vinos y otras vinificaciones

## 2 Técnicas de cata, conservación y servicio (20 hrs.)

**Objetivo:** El participante *identificará* las técnicas básicas en la cata del vino y los aspectos referentes al servicio y conservación.

- 2.1 Cata: evaluación sensorial y terminología
- 2.2 Defectos del vino
- 2.3 Maridaje
- 2.4 El protocolo del servicio
- 2.5 Conservación y guarda

## 3 La geografía del vino (40 hrs.)

**Objetivo:** El participante *ubicará* regionalmente los principales países productores de vino a partir de sus denominaciones, apelaciones, regulaciones, certificados de calidad y tipos de vino.

- 3.1 Francia
  - 3.1.1 Sistemas de clasificación de calidad
  - 3.1.2 Burdeos
  - 3.1.3 Borgoña
  - 3.1.4 Champagne
  - 3.1.5 Alsacia y Languedoc
  - 3.1.6 Valle de Rodano, Valle de Loire

- 3.2 Italia
  - 3.2.1 Sistemas de clasificación de calidad
  - 3.2.2 Piamonte
  - 3.2.3 Toscana
  - 3.2.4 Véneto
  - 3.2.5 Puglia
- 3.3 España
  - 3.3.1 Sistema de clasificación de calidad
  - 3.3.2 Castilla y León
  - 3.3.3 Castilla La Mancha
  - 3.3.4 Cataluña
  - 3.3.5 Rioja
- 3.4 Alemania
  - 3.4.1 Sistemas de clasificación de calidad
  - 3.4.2 Rheingau
  - 3.4.3 Rheinhessen o Hesse
  - 3.4.4 Pfalz o Rheinpfalz
  - 3.4.5 Baden
- 3.5 Chile
  - 3.5.1 Zonas Vinícolas
  - 3.5.2 Valle central
- 3.6 Argentina
  - 3.6.1 Zonas vinícolas
  - 3.6.2 Mendoza
  - 3.6.3 Valle de San Juan
  - 3.6.4 Patagonia

- 3.7 México
  - 3.7.1 Historia del vino en México
  - 3.7.2 Los terruños mexicanos
    - 3.7.2.1 Ensenada, B.C.
    - 3.7.2.2 Parras, 4 Ciénegas, Coahuila
    - 3.7.2.3 Ezequiel Montes, Querétaro
    - 3.7.2.4 Aguascalientes
    - 3.7.2.5 Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende, Guanajuato
    - 3.7.2.6 San Luis Potosí
    - 3.7.2.7 Zacatecas
  - 3.7.3 Características de los vinos mexicanos
  - 3.7.4 Mercado del vino en México
- 3.8 Otros Países del viejo mundo
  - 3.8.1 Europa del este
  - 3.8.2 Israel
  - 3.8.3 Líbano
- 3.9 Otros países del nuevo mundo
  - 3.9.1 Australia
  - 3.9.2 Sudáfrica
  - 3.9.3 Nueva Zelanda

#### 4 Entorno cultural del vino (20 hrs.)

**Objetivo:** El participante *manejará* adecuadamente las terminologías del mundo enológico desmintiendo mitos y vicios que existen en el mercado.

- 4.1 Terminología
- 4.2 Relación precio vs calidad
- 4.3 Reconocimientos internacionales
- 4.4 Conceptos de la guía de añadas
- 4.5 Conceptos del corcho, tapón sintético y tapa rosca
- 4.6 Mitos acerca del vino
  - 4.6.1 Comida mexicana vs vino
  - 4.6.2 Vino mexicano caro
  - 4.6.3 Tinto con carne y blanco con pescado
  - 4.6.4 El vino tinto entre más añejo es mejor
  - 4.6.5 Otros mitos sobre el vino y su consumo

## 5 Mercadotecnia del vino (20 hrs.)

**Objetivo:** El participante *utilizará* las estrategias de mercadotecnia del vino que permitan su posicionamiento, promoción y fijación de precio, enfocados a segmentos de mercado en específico a partir del análisis del comportamiento del consumidor y la competencia.

- 5.1 Mercadotecnia del vino
- 5.2 Producto
- 5.3 Precio
- 5.4 Publicidad y promoción
- 5.5 Canales de distribución del vino

## 6 Comercialización (20 hrs.)

**Objetivo:** El participante *aplicará* estrategias y herramientas de negociación y selección para los diferentes tipos de mercado, en la compra y venta de vino utilizando los canales de distribución más adecuados.

- 6.1 Entorno comercial
  - 6.1.1 Dinámica del comercio del vino
  - 6.1.2 Barreras y ventajas comerciales de México vs. otros países productores

- 6.2 Canales y estrategias de comercialización del vino
  - 6.2.1 Autoservicio
  - 6.2.2 Tiendas
  - 6.2.3 Centros de consumo
  - 6.2.4 Otros canales
- 6.3 Distribución
  - 6.3.1 Transporte y almacenaje

**DURACIÓN:** 140 HORAS